

*М. Рейманн, О. Г. Корнус, Н. С. Венгерська,  
В. Д. Холодок, В. С. Пацюк, Х. Паланг*

## **Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та український досвід**

*Досліджено розвиток туристичного бізнесу в умовах війни та розроблено науково-практичні рекомендації щодо його відновлення в прифронтових громадах Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської, Донецької областей України в майбутньому. Проаналізовано зарубіжний досвід відновлення туристичної сфери, зокрема в Грузії, Албанії, Хорватії, Ізраїлі. Обґрунтовано, що для розроблення рекомендацій для прифронтових громад потрібно мати фактологічний матеріал про стан туризму на основі бачення представників туристичної сфери, що обумовило проведення авторами соціологічного опитування серед власників туристичного бізнесу, працівників закладів туристичної інфраструктури та атракцій, представників громадських організацій туристичного спрямування та виконавчої влади, яка координує туристичну діяльність на прифронтових територіях України (Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської, Донецької областей). На основі соціологічного опитування визначено стан, проблеми, виклики та можливості туристичної індустрії. Ураховуючи зарубіжний досвід і результати авторського дослідження, розроблено науково-практичні рекомендації щодо відновлення туризму прифронтових громад в Україні після війни.*

*Ключові слова: туризм, прифронтові громади, зарубіжний досвід, туристична діяльність, соціологічне опитування, перспективи розвитку.*

**Постановка проблеми.** Унаслідок військової агресії росії туристична діяльність в Україні зазнала значних втрат, а в регіонах, які знаходяться близько до бойових дій або в зоні бойових дій, узагалі припинилась. Ще до офіційного вторгнення росії в Україну іноземні авіакомпанії відмовились здійснювати рейси в Україну та вивезли літаки за межі нашої держави. Це негативно вплинуло на репутацію країни як безпечної для подорожей. Також знизилася кількість внутрішніх туристів, що було спричинено зменшенням купівельної спроможності населення, невпевненістю в завтрашньому дні, втратою роботи тощо. Через агресію російської федерації на території України було зруйновано безліч туристичних об'єктів. За підсумками грудня 2022 р., таких об'єктів 1327: 907 закладів культури, 168 спортивних закладів, 157 об'єктів туризму та 95 релігійних об'єктів [1]. Значна частина туристичних компаній вимушена була закритись, деякі змінили свою діяльність на волонтерство. У багатьох містах екскурсоводи для вимушених переселенців організували екскурсії на основі добровільних внесків і перераховували ці кошти Збройним силам України. У таких регіонах України, як Запорізька, Дніпропетровська, Сумська, Харківська, Донецька, Луганська області, є значні втрати туристичного потенціалу та руйнування туристичної інфраструктури. Утім, сфера туризму адаптувалася до війни та має структурні зміни. Ураховуючи зазначене, важливим є вивчення зарубіжного досвіду відновлення туризму, здійснення аналізу точок зору із цієї проблематики представників туризму прифронтових громад і розроблення авторських науково-практичних рекомендацій щодо подальшого розвитку туризму у воєнний і післявоєнний час, що є актуальним і своєчасним науково-практичним завданням.

**Аналіз останніх досліджень.** Питання функціонування туристичної сфери в умовах війни та її відновлення в Грузії, Албанії, Хорватії та Ізраїлі досить широко

розкриті вченими з різних країн. Зокрема, у науковій праці Н. Рінкіашвілі [2] запропоновано заходи щодо відновлення індустрії туризму Грузії на основі активного просування позитивного туристичного іміджу. Розвиток міжнародного туризму шляхом вливання фінансових надходжень в Албанії був сферою дослідження Д. Холла [3]. Розвиток туризму в Республіці Хорватія після Балканської війни описали Д. К'юрі [4] і Н. Скуріч [5]. Досвід розвитку туристичної сфери в Ізраїлі розкрито в науковій праці С. Левіт [6]. В Україні з початку повномасштабної війни наукова спільнота почала активно розкривати болючу тематику туризму. Наприклад, у науковій публікації А. Зарубіної та ін. [7] описано особливості розвитку туризму в умовах воєнних дій. Вивченню особливостей туристичних пріоритетів, попиту та пропозицій в умовах воєнного стану в Україні присвячена стаття Н. Аніпко та Н. Андрусак [8]. О. Роїк та О. Недзвецька [9] проаналізували наслідки російсько-української війни для розвитку туристичної сфери в Україні та розробили власне його бачення. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні розглянуто в наукових працях таких вчених, як А. Моца та ін. [10], Н. Барвінок [11], Е. Сіра та ін. [12].

Проте аналіз наукових публікацій щодо подальшого розвитку туризму в умовах війни в Україні свідчить про недостатнє розкриття означеного питання з практичної точки зору, оскільки науковці здебільшого використовували вторинну джерельну базу.

**Метою статті** є вивчення зарубіжного досвіду щодо розвитку туризму в умовах післявоєнного відновлення та розроблення науково-практичних рекомендацій для прифронтових громад України (Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей) на основі соціологічного опитування представників туристичної сфери.

**Основні результати дослідження.** Для більш глибокого розуміння проблеми розвитку туризму в умовах війни потрібно здійснити критичний аналіз публікацій науковців, які дослідили зарубіжний досвід активного відродження туризму в післявоєнний час. Зокрема, з наукової точки зору цікавим є досвід розвитку Грузії після російсько-грузинської війни 2008 р. Варто зазначити, що в інформаційну епоху огляд трагічних подій, стихійних явищ і війн привертає увагу світової спільноти до будь-якої країни. У 2008 р. Грузія отримала широкий запит у мережі «Інтернет», була на шпальтах усіх світових газет і, відповідно, стала більш упізнаваною в світі, що спричинило туристичний бум там після війни. Проте, як зазначено в роботі Н. Рінкіашвілі [2], індустрія туризму дуже постраждала від цієї війни. Тому після війни Грузія зосередилася на створенні позитивного туристичного іміджу. У цей процес були залучені різні регіони (Аджарія, Кахетія, Сванетія та ін.). У 2010 р. було розроблено Стратегію регіонального розвитку Грузії до 2017 року, яка серед пріоритетів передбачала розвиток туризму та захист навколишнього середовища. Ця державна стратегія поступово зробила туристичну галузь основою економічного розвитку країни. Значну роль також відіграв Закон Грузії «Про підтримку розвитку вільних туристичних зон у Кобулеті та Анаклії», який передбачав придбання інвесторами ділянок землі для побудови готелів за символічну плату в один ларі за умови збереження профілю протягом 15 років. На цей термін інвестор звільнявся від податків на дохід і майно, а держава брала на себе упорядкування інфраструктури. У 2009 р. для промоції туристичної індустрії уряд Грузії приділив особливу увагу рекламі та розвитку інфраструктури. Замість реклами на CNN уряд використовував сайти соціальних мереж, таких як Flickr, YouTube або Однокласники (російський еквівалент Facebook, який був надзвичайно популярним у країнах колишнього Радянського Союзу), щоб повідомити про можливість подорожей до Грузії. Департамент туризму Грузії також встановив

вебкамери в Батумі, щоб відвідувачі грузинського туристичного порталу могли на власні очі побачити, що російське вторгнення не зруйнувало місто.

Для розвитку туризму на територіях Албанії, які є віддаленими гірськими районами, не привабливими для проживання, без пляжно-курортної інфраструктури та розвинутого сільського господарства, Х. Нагі та ін. [13] запропонували розвивати сільський туризм, що допомогло б населенню цих районів урізноманітнити свою діяльність та отримувати додатковий дохід, мотивуючи мешканців залишатися на своїх територіях. Загалом це сприяло б збалансованому розвитку регіонів Албанії. Чорногорія також зосередилася на розвитку туризму, переважно це пляжний туризм. Як зазначає Б. Сієвич [14], одним із стратегічних напрямів розвитку туризму в країні є активізація реформи освіти на всіх рівнях, розроблення програм і збільшення інвестицій в освіту та навчання фахівців з туризму.

Розвиток туризму в Республіці Хорватія після Балканської війни поступово посилювався. Ці процеси описані в роботі Д. К'юрі [4]. Сьогодні Хорватія конкурує за туристів з іншими середземноморськими країнами (Греція, Туреччина та Іспанія, окремими північними країнами Африки). До Балканської війни туризм у Хорватії активно розвивався. Після значного початкового спаду показники туризму зросли під час війни – з 1991 р. по 1995 р. кількість туристів щорічно збільшувалася на 5%, а витрати на туризм – майже на 33%. Після війни, з 1996 р. по 2002 р., як кількість туристів, так і витрати на туризм збільшувалися приблизно на 12% щорічно. Туризм відновлювався протягом кількох років після початкового спаду через кризу. Причинами цього стало збільшення біженців з інших югославських республік, які традиційно були основним джерелом туристів до Хорватії. Оскільки військові дії відбувалися далеко від туристичних центрів, європейські туристи не відмовлялися від традиційного відпочинку. Це спричинило зростання доходів від туризму після початкового падіння. Для розвитку туризму в Хорватії Н. Скуріч [5] запропонувала різні напрями, а саме: розвиток сільського, екологічного та пригодницького туризму, будівництво невеликих готелів і підтримка малого бізнесу, відмова від мита для клієнтів і податку на додану вартість, податків на імпортне обладнання та інші засоби виробництва, які використовуються для реконструкції наявних і будівництва нових готелів. Завдяки відмові від податку на послуги, які використовуються під час створення туристичного продукту, або його зниженню такий продукт здешевлюється і стає конкурентоспроможним.

Ізраїль має значний туристичний потенціал для розвитку різноманітних видів туризму, однак через постійні військові конфлікти туризм країни страждає [6]. З 1948 р. Ізраїль пережив сім офіційних війн, 18-річний конфлікт у південному Лівані та дві інтифади, або збройні повстання палестинців, а також незліченну кількість терористичних атак. Індустрія туризму в Ізраїлі розвивалася і зростала в 1960-х роках. До Шестиденної війни в 1967 р. чисельність туристів була меншою за 400 тис. Разом із збільшенням кількості подорожей на реактивних літаках Шестиденна війна фактично дала поштовх зростанню туризму в Ізраїлі завдяки отриманим територіям, які забезпечили доступ до таких туристичних напрямків, як Східний Єрусалим, де розташовано багато святих місць, Мертве море, узбережжя Синаю на Червоному морі та Західному березі. Далі в історії туризму Ізраїлю були спади та підйоми туристичного розвитку. Щоб подолати економічний спад і відродити туризм, ізраїльський уряд звернувся до євангелістів США, зокрема до християн-сіоністів, чії релігійні переконання роблять їх непохитними прихильниками Ізраїлю. У 2002 р. Міністерство туризму Ізраїлю розпочало широку маркетингову кампанію, спрямовану на християнські групи, в надії на збільшення туризму та рекламу Ізраїлю. Уряд також фінансував платні поїздки до Ізраїлю членів цих груп. У 2004 р. El Al, головна ізраїльська авіакомпанія,

співпрацювала з Міністерством туризму, щоб скласти та продати турпакети зі знижкою до Ізраїлю. Такі зусилля стимулювали розвиток туризму – до 2005 р. кількість туристів зростає до 1 916 000 відвідувачів. Нетрадиційною причиною відвідування Ізраїлю є політика. Ізраїльсько-палестинські відносини є основною мотивацією для прихильників цього виду туризму. Деякі з відвідувачів їдуть до Ізраїлю, щоб продемонструвати солідарність з тією чи іншою стороною, деякі їдуть як активісти, щоб сприяти миру та переговорам між двома сторонами, а інші просто приїжджають, щоб дізнатися про конфлікти з перших вуст, спостерігаючи та спілкуючись з людьми.

В Україні з'явилася низка публікацій, присвячених особливостям функціонування туристичної галузі в умовах війни на основі трансформаційних перетворень туризму в Україні під час російсько-української війни. Наприклад, у науковій публікації [7] описано особливості розвитку туризму в умовах ведення бойових дій, пов'язані з безпекою українських та іноземних громадян. Ідеться про формування туристичних маршрутів, урахування наявності бомбосховищ, планування туристичних мандрівок відповідно до дії комендантської години, дотримання заборон у різних регіонах України. Автори рекомендують внести розвиток туризму до програм післявоєнного відновлення, вести перемовини зі світовими готельними мережами щодо приходу їх в Україну, підготувати масштабну маркетингову кампанію для зовнішніх ринків, розробити туристичні програми місцями військової слави Збройних сил України, відновити зруйновану та пошкоджену туристичну інфраструктуру, просувати нестандартні формати туризму, відкривати туристичні національні офіси в розвинених країнах світу.

Вивченню особливостей туристичних пріоритетів, попиту та пропозиції в умовах воєнного стану в Україні присвячена стаття Н. Аніпко та Н. Андрусак [8]. Авторками розглянуто діяльність туристичних операторів в умовах війни, визначено та охарактеризовано основні напрямки туристичних подорожей, які обирали туристи в сезоні 2022. За результатами аналізу діяльності туристичних агентств в умовах воєнного стану встановлено, що більшість підприємств перейшли на онлайн-роботу або зупинили турагентську діяльність. Однак, незважаючи на це, туристичний ринок України створює нові туристичні продукти та продовжує працювати.

О. Роїк та О. Недзвецька [9], проаналізувавши наслідки російсько-української війни для розвитку туристичної діяльності в Україні, розробили власне його бачення у воєнний період. Авторки вважають одним з головних завдань у сфері туризму документування злочинів росіян із завдання шкоди туристичним atrakціям і розроблення стратегії розвитку туризму.

Перспективи післявоєнного відновлення туризму в Україні розглянули А. Моца та ін. [10]. Автори пропонують зосередитися на розвитку ділового, освітнього, медичного, зеленого та воєнного туризму; розробленні та реалізації державних і міжнародних програм підтримки туристичної діяльності; забезпеченні тісної співпраці між країнами в напрямі взаємопідтримки туристичної діяльності; підвищенні інтересу іноземних туристів до пам'ятних маршрутів і повоєнних символічних місць; пошуку нових методів і способів реалізації туристичних послуг тощо.

Свій погляд на розвиток туризму в Україні після перемоги подає у науковій роботі Н. Барвінок [11]. Значну увагу приділено розвитку воєнно-історичного туризму, який передбачає відвідування місць, пов'язаних із бойовими діями, та об'єктів, що утворилися внаслідок війни, зокрема місць масових поховань або битв, оборонних споруд тощо. Пропонується для розвитку цього виду туризму встановлювати пам'ятники, меморіали, створювати музеї та маршрути пам'яті. Заходи з відновлення туризму в Україні в післявоєнний час описано в науковій

праці Е. Сірої та ін. [12]. До реалізації головних планів відновлення туризму автори пропонують здійснити реконструкцію туристичної інфраструктури, зосередитися на розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, а також провести інституційне забезпечення суб'єктів туристичного бізнесу.

До війни туристичний потенціал прифронтових громад Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей України був колосальним, а туристична сфера стабільно розвивалася. Однак унаслідок російської агресії в Україні було знищено значну кількість цінних туристичних локацій та інфраструктури, закрито безліч туристичних підприємств, майже припинив своє існування сільський туризм на території Запорізької, Харківської та Донецької областей. Але, незважаючи на це, сфера внутрішнього туризму продовжує свою діяльність, хоча із змінами. І саме для розуміння бачення представників туризму щодо розвитку цієї сфери економіки в майбутньому було ініційовано соціологічне опитування їх на прифронтових територіях України (Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей). Опитування проводилося з 2 по 15 лютого 2023 р. естонськими (Талліннський університет) та українськими вченими (Запорізький національний університет, Криворізький державний педагогічний університет, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, Харківська державна академія культури) за підтримки Естонського дослідницького агентства. Дослідження виконано в межах естонсько-українського науково-дослідницького проекту «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє» на базі Центру ландшафту та культури Школи гуманітарних наук Талліннського університету.

Респондентами стали 144 особи з п'яти регіонів України: Дніпропетровська обл. – 45(31,3%), Донецька обл. – 18(12,5%), Запорізька обл. – 15(10,4%), Сумська обл. – 29(20,1%), Харківська обл. – 37(25,7%) осіб. Переважно це власники туристичного бізнесу, працівники закладів туристичної інфраструктури та атракцій, представники громадських організацій туристичного спрямування та виконавчої влади, яка координує туристичну діяльність на прифронтових територіях України. Анкета містила 25 запитань відкритого та закритого типу, що стосувалися різних аспектів туристичної діяльності. Анкетування проводили, використовуючи Google-форму, а отримані дані було опрацьовано за допомогою програми SPSS Statistics V21.0.

За результатами опитування виявлено, що до початку війни в Запорізькій, Дніпропетровській, Сумській, Харківській та Донецькій областях головною особливістю туристичного бізнесу прифронтових територій були екскурсійна (27,1%) та турагентська діяльність (17,6%). Щодо основних видів туризму, то до початку війни найбільш популярними в цих регіонах були культурно-пізнавальний (19,1%), спортивний (11,2%) та фестивальний (10,5%) види туризму. На думку респондентів, від початку війни в прифронтових громадах України відбулися такі зміни туристичної галузі: по-перше, знизився рівень платоспроможності населення (22,6%); по-друге, атрактивні туристичні об'єкти перестали функціонувати або приймати туристів (22,3%); по-третє, знизився рівень інтересу до відвідування туристичних об'єктів (18,3%).

Серед проблем, з якими довелось зіткнутися підприємствам туристичної сфери, респонденти зазначили такі: туристичні об'єкти, з якими був пов'язаний бізнес, потрапили в зону окупації або активних бойових дій і стали недоступними (16,1%); через низький попит вирішили тимчасово призупинити діяльність (13,6%); партнери з туристичної діяльності припинили своє функціонування або не приймають туристів (13,2%).

Туристичні об'єкти прифронтових громад після початку військової агресії надавали такі види туристичних послуг, як екскурсії, тури, інформаційні послуги та консультування, волонтерська допомога ВПО та ін.

Головними перспективами розвитку туризму респонденти визначили відновлення функціонування туристичних локацій (40,1%) і можливість модернізувати туристичні об'єкти завдяки грантовим коштам (31,5%). Понад половину опитаних респондентів вважають перспективними такі напрями (види) туризму, як культурно-пізнавальний (59,8%), фестивальний та подієвий (52,8%), спортивний та активний (48,0%). До видів туризму, які опитані не вважають перспективними, належать темний туризм (77,0%), релігійний (66,0%), лікувально-оздоровчий (54,1%), індустріальний (промисловий) (53,5%) та сільський (52,1%). Можна припустити, що ці види не є перспективними передусім через військові дії та наслідки, до яких вони призводять.

Опитані вважають, що для створення нової спадщини прифронтових громад Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей потрібно таке: налагодити мирне життя; відновити інфраструктуру; створити нові кластери туризму, робочі місця, нові атракції та спадщину – спадщину війни (музеї, меморіали, експозиції, пам'ятні місця); розвивати промисловість і постпромислові туристичні об'єкти; створювати бренди громад; проводити екскурсійну діяльність.

У майбутньому респонденти хотіли б: отримати більше інформації та вивчити нові цікаві туристичні пропозиції (15,8%); попит на туристичні послуги з боку внутрішніх і зовнішніх туристів (15,6%); проєктну та грантову діяльність (13,5%); інструменти ефективної реклами в соціальних мережах та роботи з цифровими платформами (13,3%).

Щодо кластерного розвитку туризму було отримано такі результати: 39,4% опитаних туристичних об'єктів прифронтових громад зазначили, що їхня організація входить до туристичного кластера, ще 23,9% бажають вступити до кластера в майбутньому. Співпраця в кластерах відбувається між туристичними агенціями, операторами, волонтерами та фірмами. Для туристичних об'єктів важливими перевагами в кластерній співпраці є отримання кращого доступу до ресурсів (28,8%), досягнення переваг у маркетингу та розробленні туристичного продукту (по 27,7%).

Найбільшими загрозами для туристичного розвитку громади, на думку опитаних, є: 72,7% – загроза втрати культурних цінностей на окупованих та прифронтових територіях; 59,7% – небезпечність території унаслідок її надмірної замінованості; 57,5% – суттєве погіршення матеріальної спроможності клієнтів. У контексті можливостей розвитку туристичного бізнесу більшість опитаних зазначили, що перспективними є залучення фінансування та стимулювання інвестицій від вітчизняних та міжнародних партнерів (53,8%), впровадження інновацій у сфері розвитку туризму (50,7%) та розроблення нових туристичних продуктів у громаді (50,4%). Нагальним також вважають отримання консультативних послуг (55,4%).

Одним з питань анкети було виявлення думок респондентів щодо можливості розвитку та удосконалення свого бізнесу відповідно до європейських практик. Важливо зазначити, що 81,8% опитаних розглядають таку можливість. Серед відповідей були такі: залучення грантових програм, приведення туристичної інфраструктури до європейських стандартів, вивчення іноземних мов, проходження навчання за європейськими програмами та отримання міжнародних сертифікатів, залучення іноземних інвестицій, розвиток сільського туризму, відновлення та створення нових туристичних локацій, туристична рекреаційна сфера має стати одним з пріоритетів державної політики тощо.

**Висновки.** Ураховуючи зарубіжний досвід і результати соціологічного опитування, автори пропонують науково-практичні рекомендації щодо відновлення туризму в прифронтових громадах України в розрізі ланцюжка «держава – бізнес – громадськість – освіта». Зокрема, державним органам влади разом з іншими стейкхолдерами доцільно розробити чіткий план (стратегію) відновлення та промоції туристичної сфери прифронтових громад Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей після війни, в якій буде використано досвід Грузії, Албанії, Хорватії, Ізраїлю. Туристичному бізнесу потрібно використати час «простой» як час для підвищення кваліфікації шляхом вивчення іноземних мов, цифрових інструментів, соціального та фандрайзингового маркетингу, європейського досвіду розвитку туризму; налагодження зв'язків із стейкхолдерами; удосконалення діяльності наявних і створення нових кластерів; розроблення грантових заявок і бізнес-планів на отримання фінансування від міжнародних донорів та інвесторів. Ці напрями може забезпечити взаємодія громадських організацій, освітніх закладів і представників державних органів влади. Наприклад, освітні заклади та громадські організації можуть створити курси підвищення кваліфікації за допомогою грантових коштів для підприємців у сфері туризму та допомагати створювати проектні пропозиції щодо відновлення туристичних локацій громад.

Перспективи подальших досліджень полягатимуть у компаративному аналізі проблем і викликів розвитку туристичної сфери в розрізі Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей на основі соціологічних опитувань представників туристичної сфери.

#### Список використаних джерел

1. Загальна сума прямих збитків, завдана інфраструктурі України через війну, зросла до майже \$138 млрд. *Київська школа економіки*: сайт. 24.01.2023. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-pryamih-zbitkiv-zavdana-infrastrukturii-ukrayini-cherez-viynu-zroslo-do-mayzhe-138-mlrd>
2. Ринкиашвили Н. Проблемы и перспективы развития туризма в Грузии. *Вестник Ереванского университета: Экономика*. 2012. Т. 3. № (2). С. 73-77. DOI: <https://doi.org/10.46991/BYSU:G/2012.3.2.073>
3. Hall D. R. Tourism as sustainable development? The Albanian experience of 'transition'. *International Journal of Tourism Research*. 2000. Vol. 2(1). Pp. 31-46. DOI: 10.1002/(SICI)1522-1970(200001/02)2:13.0.CO;2-W
4. Currie D. M., Fellow F., Skare M., Loncar J. The impact of War on Tourism: the case of Croatia. *ResearchGate: Website*. 2004. URL: [https://www.researchgate.net/publication/228423759\\_The\\_impact\\_of\\_War\\_on\\_Tourism\\_the\\_case\\_of\\_Croatia](https://www.researchgate.net/publication/228423759_The_impact_of_War_on_Tourism_the_case_of_Croatia)
5. Skuric N. *Development of tourism in Croatia as a new tourist destination compared to tourism development in select post-communist countries*: Thesis. Rochester Institute of Technology, 1999. URL: <https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1513&context=theses>
6. Levit S. Israel's Tourism Industry: Recovering from Crises and Generating Growth. *Pace digital repository: Website*. 2008. URL: [http://digitalcommons.pace.edu/honorscollege\\_theses/78](http://digitalcommons.pace.edu/honorscollege_theses/78)
7. Зарубіна А. В., Сіра Е. О., Демчук Л. І. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>
8. Аніпко Н., Андрусак Н. Зацікавленість іноземних туристів Україною: особливості післявоєнного туризму. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект*: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 323-325.
9. Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*: зб. наук. пр. 2022. Вип. 46. С. 11-15. DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2
10. Моца А. А., Шевчук С. М., Серета Н. М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>
11. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18. Т. 2. С. 206-217. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.206-217>
12. Сіра Е. О., Голубець І. М., Безрученков Ю. В. Післявоєнне відновлення туризму в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 68. С. 155-158. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct68-27>
13. Nagy H., Káposzta J., Meta B. The potentials of rural tourism in developing rural areas in Albania. 2017. *Deturops*. Vol. 9(3). Pp. 188-206. DOI: <https://doi.org/10.32725/det.2017.029>

14. Sisevic B. Development of tourism in Montenegro and future labor force needs. *Trends and skill needs in tourism*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2005. Pp. 120-126. URL: [https://www.cedefop.europa.eu/files/5161\\_en.pdf](https://www.cedefop.europa.eu/files/5161_en.pdf)

#### References

1. Zahal' na suma pryamykh zbytkiv, zavdana infrastrukturi Ukrainy cherez viynu, zroslo do mayzhe \$138 mlrd [The total amount of direct damage caused to the infrastructure of Ukraine due to the war has increased to almost \$138 billion] (2023, Jan 24). *Kyiv School of Economics*: Website. Retrieved from <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-pryamih-zbitkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrayini-cherez-viynu-zroslo-do-mayzhe-138-mlrd> [in Ukrainian].
2. Rinkyashvili, N. (2012). Problemy i perspektivy razvitiya turizma v Gruzii [The Problems and Perspectives of Tourism Development in Georgia]. *Vestnik Yerevanskogo universiteta: Ekonomika – Bulletin of Yerevan University: Economics*, 3(2), 73-77. DOI: <https://doi.org/10.46991/BYSU:G/2012.3.2.073> [in Russian].
3. Hall, D. R. (2000). Tourism as sustainable development? The Albanian experience of 'transition'. *International Journal of Tourism Research*, 2(1), 31-46. DOI: 10.1002/(SICI)1522-1970(200001/02)2:13.0.CO;2-W
4. Currie, D. M., Fellow, F., Skare, M., & Loncar, J. (2004). The impact of War on Tourism: the case of Croatia. *ResearchGate*: Website. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/228423759\\_The\\_impact\\_of\\_War\\_on\\_Tourism\\_the\\_case\\_of\\_Croatia](https://www.researchgate.net/publication/228423759_The_impact_of_War_on_Tourism_the_case_of_Croatia)
5. Skuric, N. (1999). *Development of tourism in Croatia as a new tourist destination compared to tourism development in select post-communist countries*. Thesis. Rochester Institute of Technology. Retrieved from <https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1513&context=theses>
6. Levit, S. (2008). Israel's Tourism Industry: Recovering from Crises and Generating Growth. *Pace digital repository*: Website. Retrieved from [http://digitalcommons.pace.edu/honorscollege\\_theses/78](http://digitalcommons.pace.edu/honorscollege_theses/78)
7. Zarubina, A. V., Sira, E. O., & Demchuk, L. I. (2022). Osoblyvosti turizmu v umovakh voyennoho stanu [Peculiarities of tourism in a state of war]. *Ekonomika ta suspil'stvo – Economy and society*, 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> [in Ukrainian].
8. Anipko, N., & Andrusyak, N. (2022). Zatsikavlenist' inozemnykh turystiv Ukrainoyu: osoblyvosti pislavyovoyennoho turizmu [Interest of foreign tourists in Ukraine: peculiarities of post-layer tourism]. In *Upravlinnya rozvytkom sfery hostynnosti: rehional'ny aspekt [Hospitality development management: regional aspect]*: Proceedings of the International scientific-practical online conference (pp. 323-325). Chernivtsi: Technoprint. [in Ukrainian].
9. Royik, O. R., & Nedzvetska, O. V. (2022). Shlyakhy rozvytku turystychnoyi sfery Ukrainy u voyennyi period [Ways of development of the tourist sphere of Ukraine in the war period]. In *Naukovyy visnyk Kherson's'koho derzhavnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky [Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic sciences]*: Vol. 46 (pp. 11-15). DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2 [in Ukrainian].
10. Motsa, A. A., Shevchuk, S. M., & Sereda, N. M. (2022). Perspektyvy pislavyovoyennoho vidnovlennya sfery turizmu v Ukraini [Prospects of the post-war recovery of tourism in Ukraine] *Ekonomika ta suspil'stvo – Economy and society*, 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31> [in Ukrainian].
11. Barvinok, N. V. (2022). Perspektyvy rozvytku voyennoho turizmu na terytoriyi Ukrainy pislja zakinchennya rosiys'ko-ukrayins'koyi viyny [Prospects for the development of military tourism on the territory of Ukraine after the end of the Russian-Ukrainian war]. *Aktual'ni problemy rozvytku ekonomiky rehionu – Actual problems of the development of the economy of the region*, 2(18), 206-217. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.206-217> [in Ukrainian].
12. Sira, E. O., Holubets, I. M., & Bezruchenkov, Yu. V. (2022). Pislavyovoyenne vidnovlennya turizmu v Ukraini [Post-war recovery of tourism in Ukraine]. *Infrastruktura rynku – Market infrastructure*, 68, 155-158. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct68-27> [in Ukrainian].
13. Nagy, H., Káposzta, J., & Meta, B. (2017). The potentials of rural tourism in developing rural areas in Albania. *Deturope*, 9(3), 188-206. DOI: <https://doi.org/10.32725/det.2017.029>
14. Sisevic, B. (2005). Development of tourism in Montenegro and future labor force needs. In *Trends and skill needs in tourism* (pp. 120-126). Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. Retrieved from [https://www.cedefop.europa.eu/files/5161\\_en.pdf](https://www.cedefop.europa.eu/files/5161_en.pdf)

**Reimann M., Kornus O. H., Venherska N. S., Kholodok V. D., Patsyuk V. S., Palang H. Tourism development in frontline communities amid war: foreign and Ukrainian experiences.**

*As a result of Russia's military aggression in Ukraine, tourism has suffered significant losses. Tourism has ceased its activities altogether in the regions close to the hostilities or where hostilities are taking place. Therefore, it is necessary to study the foreign experience of tourism restoration and analyze the views on this issue of tourism representatives from the frontline communities. It's also necessary to work out the author's scientific and practical recommendations to promote further tourism development amid and after the war. The aim of the article is to study the foreign experience of tourism development in the context of post-war reconstruction and develop scientific and practical recommendations for the frontline communities of Ukraine (Zaporizka, Dnipropetrovska, Sumska, Harkivska, and Donetsk oblasts) based on a sociological survey of tourism sector representatives. The foreign experience of*



restoring the tourism sector, in particular, in Georgia, Albania, Croatia, and Israel, is analyzed. The analysis shows that in order to develop recommendations for the frontline communities, it is necessary to have factual material about the state of tourism based on the vision of tourism sector representatives. The authors conduct a sociological survey among the tourism business owners, employees of tourism infrastructure institutions and attractions, public organizations, and government representatives, which are coordinating the tourism activities in the frontline territories of Ukraine. The state, problems, challenges, and opportunities of the tourism industry are determined on the basis of a sociological survey. Taking into account the foreign experience and the authors' research results, the scientific and practical recommendations for the restoration of tourism in the frontline communities of Ukraine after the war are developed. The recommendations include the development of a clear plan (strategy) for the tourism restoration and promotion in frontline communities, advanced training through the study of foreign languages, digital tools, social and fundraising marketing, European experience in tourism development, building relationships with stakeholders, improvement of existing and creation of new clusters, and development of grant applications and business plans to get funding from international donors and investors.

*Keywords:* tourism, frontline communities, foreign experience, tourism activities, sociological survey, development prospects.

*Рейманн Март* – кандидат наук (географічні науки), доцент з управління рекреацією Талліннського університету (e-mail [mart@rethked.ee](mailto:mart@rethked.ee), ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-0914-5419>).

*Reimann Mart* – Ph.D. (Geog.), Associate Professor for Recreation Management of the Tallinn University.

*Корнус Олеся Григорівна* – кандидат географічних наук, доцент, завідувач кафедри загальної та регіональної географії Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка (e-mail [olesyakornus@gmail.com](mailto:olesyakornus@gmail.com), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7469-7291>).

*Kornus Olesya Hryhorivna* – Ph.D. (Geog.), Assoc. Prof., Head of the Department of general and regional geography of the Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko.

*Венгерська Наталя Сергіївна* – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Запорізького національного університету (e-mail [nataljavengerskaja@ukr.net](mailto:nataljavengerskaja@ukr.net), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8171-8206>).

*Venherska Natalya Serhiivna* – Ph.D. (Econ.), Associate Professor of Department of international economics, natural resources and economics of international tourism of the Zaporizhzhia National University.

*Холодок Валентина Дмитрівна* – кандидат наук з державного управління, доцент кафедри туристичного бізнесу Харківської державної академії культури (e-mail: [hvd\\_kult@ukr.net](mailto:hvd_kult@ukr.net), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5352-7362>).

*Kholodok Valentyna Dmytrivna* – Ph.D. (St.Man.), Associate Professor of the Department of tourism business of the Kharkiv State Academy of Culture.

*Пацюк Вікторія Сергіївна* – кандидат географічних наук, доцент, докторантка кафедри економічної та соціальної географії Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доцент кафедри туризму та економіки Криворізького державного педагогічного університету (e-mail: [viktoriia.patsiuk@gmail.com](mailto:viktoriia.patsiuk@gmail.com), ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-0401-2573>).

*Patsiuk Viktoriya Serhiivna* – PhD (Geog.), Assoc. Prof., Doctoral Postgraduate of the Department of economic and social geography of the Taras Shevchenko National University of Kyiv, Associate Professor of the Department of tourism and economics of the Kryvyi Rih State Pedagogical University.

*Паланг Ханнес* – професор соціальної географії, директор Центру ландшафту та культури Талліннського університету (e-mail: [hannes.palang@tlu.ee](mailto:hannes.palang@tlu.ee), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1981-2071>).

*Palang Hannes* – Professor of Human Geography, Head of the Centre for Landscape and Culture of the Tallinn University.

Надійшло 16.03.2022 р.